

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menganalisis Pengaruh *Functional Value*, *Emotional Value* dan *Value for Money* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* (studi pada pengguna game online Mobile Legends: Bang-Bang di Surabaya) dapat disimpulkan sebagai berikut :

Persepsi para pengguna terhadap kualitas dan fungsi yang diberikan oleh virtual item (*functional value*) akan dijadikan bahan pertimbangan mereka sebagai pengalaman atas pembelian yang telah dilakukan sebelumnya. Jika kualitas dan fungsi yang diberikan sesuai dengan harapan dari pengguna maka tingkat kepuasan yang diberikan bersifat positif. Selain itu, niat untuk pembelian ulang akan muncul ketika Mobile Legends: Bang-Bang mempromosikan virtual item yang baru. Dengan demikian, hasil pada penelitian ini adanya pengaruh positif *functional value* terhadap *customer satisfaction* dan *repurchase intention*.

Persepsi yang berasal dari perasaan yang positif pengguna dalam menilai suatu produk (*emotional value*) dapat ditampilkan dengan perasaan senang, tenang, puas, dan rasa ingin menggunakan produk tersebut. Perasaan positif yang diberikan oleh pengguna dapat memberikan respon yang positif terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan. Selain itu, perasaan yang positif dari

pengguna dapat menimbulkan niat untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yaitu *emotional value* berpengaruh secara positif terhadap *customer satisfaction* dan *repurchase intention*.

Persepsi yang muncul ketika pengorbanan yang dilakukan oleh pengguna untuk memperoleh suatu produk sebanding dengan apa yang diharapkan dari suatu produk (*value for money*). Harga yang diberikan sebanding atau sesuai dengan produk yang dibeli akan memberikan kepuasan kepada penggunanya. Selain itu, pengalaman pembelian sebelumnya terhadap harga yang sesuai dengan produk akan memunculkan niat penggunanya untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yaitu *value for money* berpengaruh secara positif terhadap *customer satisfaction* dan *repurchase intention*.

Semakin positif kesan yang diterima dan tingginya tingkat kepuasan yang dirasakan maka semakin besar pengguna memiliki niat melakukan pembelian ulang virtual item Mobile Legends: Bang-Bang.

Analisis manfaat yang diperoleh setelah mengetahui hasil uji hipotesis yaitu perusahaan harus memperhatikan dari segi kualitas, manfaat, desain yang inovatif, dan harga yang sebanding dengan produk guna mempertahankan pengguna untuk tetap membeli ulang produk mereka dan menciptakan perasaan yang puas setelah membeli produk tersebut. Hal ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dijadikan referensi bagi penelitian berikutnya untuk menganalisis objek penelitian yang sama di tahun yang berbeda maupun objek penelitian yang berbeda.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan untuk dipertimbangkan antara lain :

1. Virtual item yang ditawarkan oleh Moonton sebagai perusahaan dari aplikasi *game online* Mobile Legends: Bang-Bang, diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan kualitas yang diberikan guna mempertahankan para pengguna untuk kembali membeli (*Repurchase Intention*) dan merasakan kepuasan saat melakukan pembelian (*Customer Satisfaction*).
2. Perusahaan Moonton diharapkan tetap menjaga kesan yang baik (*Customer Satisfaction*) terhadap para penggunanya. Hal ini dapat dilakukan dengan mendesain tampilan virtual item Mobile Legends: Bang-Bang yang ditawarkan dengan menarik dan inovatif guna menarik kesan mata yang baik bagi para pengguna untuk memunculkan rasa ingin melakukan pembelian dan menggunakan virtual item yang ditampilkan (*Emotional Value*).
3. Perusahaan Moonton diharapkan tetap memperhatikan harga yang diberikan terhadap virtual item Mobile Legends: Bang-Bang dengan menyesuaikan kualitas dan tingkat kerumitan pembuatannya (*Value for Money*). Hal ini dilakukan demi menjaga pengguna untuk tetap melakukan pembelian ulang (*Repurchase Intention*) dan memberikan kesan yang memuaskan terhadap para pengguna (*Customer Satisfaction*).